

Технічне завдання
для оголошення тендеру щодо визначення підрядника для розробки
та реалізації комунікаційної кампанії в сфері відкритих даних

1. Передумови

Проект “Прозорість та підзвітність у державному управлінні та послугах/ TAPAS” фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) та урядом Великої Британії через UK aid та виконується Фондом Євразія (далі ФЄ). Проект націлений на протидію корупції через реформу електронного урядування в Україні та запровадження кращих світових практик у сферах публічних закупівель, відкритих даних та електронних послуг. Цей тендер є частиною програми щодо результатів діяльності проекту у сфері відкритих даних.

Більше інформації щодо досягнень у сфері розвитку відкритих даних України міститься в Додатку 1 до цього технічного завдання.

2. Загальною метою робіт є розробка стратегії комунікаційної кампанії та її подальша реалізація з метою популяризації сфери відкритих даних.

Метою комунікаційної кампанії є збільшення рівня обізнаності про сферу відкритих даних серед різних цільових аудиторій, збільшення кількості користувачів Єдиного державного веб-порталу відкритих даних та Центру компетенцій Дія.Відкриті дані, а також популяризація сервісів на основі відкритих даних.

3. Перелік завдань:

- Розробка стратегії комунікаційної кампанії популяризації сфери відкритих даних, поетапного плану її реалізації та очікуваних результатів(стратегія має бути узгоджено і затверджено Замовником після розробки Виконавцем);
- Визначення груп цільової аудиторії (розробники, користувачі та інші) та потреб кожної з них;
- Розробка контент-плану до комунікаційної кампанії;
- Створення інформаційних матеріалів, передбачених комунікаційною стратегією (сценарії для відео, візуальні матеріали, колонки, спец проекти та інше);
- Комунікація з засобами масової інформації (загальнонаціональні та регіональні (місцеві)) щодо публікації колонок, пітчінг інтерв'ю та інших матеріалів; виступи експертів в тематичних програмах, створення відео щодо впливу відкритих даних;

- Підтримка комунікаційної кампанії в соціальних мережах Facebook, Instagram, Twitter, Telegram (створення матеріалів та їх просування для цільових груп);

4. Очікувані терміни виконання та реалізації комунікаційної кампанії:

Орієнтовний строк виконання дослідження складає **2 місяці** від дати заключення Контракту на послуги. Всі етапи роботи мають завершитись до **31 липня 2021 року**, а всі необхідні матеріали, що стосуються виконання завдань контракту передані Замовникові.

5.Критерії відбору та вимоги до виконавця робіт, та порядок визначення переможців конкурсного відбору:

Подані заявки мають включати:

- Пропозицію щодо підходу комунікаційної кампанії, включаючи обґрунтування щодо цільових аудиторій, повідомлень для кожної з них, обраних каналів комунікації, переліку активностей тощо, роботу з медіа та соціальними медіа.
- Пропозицію щодо бюджету.
- Графік виконання робіт.
- Очікуваний результат - кількісні та якісні показники .
- Опис команди, що працюватиме над проектом, із зазначенням попереднього досвіду і експертизи кожного з учасників команди та відповідним розподілом ролей в команді та сферою відповідальності кожного з її членів в проекті.
- Портфоліо: приклади попередніх кампаній, успішні кейси з показниками (перевага надаватиметься кейсам зі сфери електронного урядування), рекомендації.

Перевага в оцінці пропозицій надаватиметься тим, які відповідають наступним критеріям:

- чіткість пропозиції щодо кампанії з розробки проекту з обґрунтуванням доцільності;
- реалістичність фінансових та часових витрат на виконання проекту;
- ймовірність досягнення конкретних та відчутних результатів у вказаних часових межах виконання проекту;
- досвід проведення комунікаційних кампаній (досвід проведення комунікаційних кампаній для сфери електронного урядування будуть перевагою).

Відбір надавача послуг буде здійснено на конкурсній основі. Рішення щодо переможця прийматиме тендерна комісія, яка складається зі спеціалістів ФЄ та представників Міністерства цифрової трансформації України на основі оцінки пропозиції по відношенню до інших заявок/пропозицій та базуючись на принципі «ціна-якість».

Заявник має надати інформацію щодо експертів, задіяних для реалізації даного проекту і резюме кожного з членів команди.

6. Відхилення конкурсних пропозицій

Умови відхилення включають, але не обмежуються наступним:

- учасник не відповідає кваліфікаційним вимогам, установленим у тендерній документації;
- учасник надав неправдиві відомості та інформацію стосовно вимог тендерної документації;
- учасник своїми діями намагається вплинути на визначення Замовником переможця торгів;
- тендерна пропозиція не відповідає умовам конкурсної документації;
- інші порушення, до яких відноситься змова та пов'язаність осіб.

7. Очікуваний результат

За результатами проведення комунікаційної компанії Проект ТАРАС очікує отримати наступні результати:

а. Розроблено стратегію комунікаційної компанії популяризації сфери відкритих даних та поетапного плану її реалізації та очікуваних результатів (стратегія має бути узгоджено і затверджено Замовником після розробки Виконавцем);

- Визначено групи цільової аудиторії (розробники, користувачі та інші) та потреб кожної з них;
- Розроблено контент-план до комунікаційної компанії;
- Створено інформаційні матеріали, передбачені комунікаційною стратегією (сценарії для відео, візуальні матеріали, колонки, спец проекти та інше);
- Забезпечено комунікацію з засобами масової інформації (загальнонаціональні та регіональні (місцеві)) щодо публікації колонок, пітчінг інтерв'ю та інших матеріалів; виступи експертів в тематичних програмах, створення сюжетів щодо впливу відкритих даних;

- Забезпечено підтримку комунікаційної кампанії в соціальних мережах Facebook, Instagram, Telegram, Twitter (створення матеріалів та їх просування для цільових груп);

b. Забезпечено відслідковування та контроль бюджетних параметрів кампанії, оцінку ефективності витрат та виконання KPI, заявлених у проектній пропозиції.

c. Виконавцем забезпечено надання 1) щотижневих письмових звітів щодо прогресу розробки комунікаційної стратегії та виконання завдань відповідно до технічного завдання за запитом Замовника або Міністерства цифрової трансформації України, а також 2) фінального звіту за результатами проведення кампанії.

Додаток 1

до технічного завдання для оголошення тендеру щодо визначення підрядника для розробки та реалізації комунікаційної кампанії в сфері відкритих даних

Стратегічні цілі:

1. Прозора та підзвітна держава для громадян, які користуються сервісами на основі ВД
2. Місце в трійці світових лідерів за рівнем розвитку сфери відкритих даних до 2024 року (Відповідно до незалежних міжнародних рейтингів)

Поточні досягнення:

1. Рейтинг зрілості відкритих даних на рівні 84%, відповідно до [Open Data maturity report 2020](#)
2. 1.2 мільйони унікальних користувачів [Порталу відкритих даних](#), 600 тисяч скачувань наборів даних.
3. 4 тисячі розпорядників інформації (Органів влади та місцевого самоврядування) зареєстрованих на порталі
4. 36 тисяч промодерованих та опублікованих наборів даних
5. Рівень виконання [постанови](#) ЦОВВами щодо публікації унікальних наборів даних - 58% (станом на грудень 2020)
6. Проведено 5 унікальних досліджень щодо впливу відкритих даних:
 - [ведення бізнесу](#)
 - [містобудівна галузь](#)
 - [медицина](#)
 - [ремонт та будівництво доріг](#)
 - [екологія](#)
7. Доступно понад [50 сервісів](#) (чат-боти, візуалізації, аналітичні панелі) на основі відкритих даних
8. Щомісяця за різними оцінками сервісами на основі відкритих даних користуються від 1.5 до 5 мільйонів українців

Тактичні цілі:

1. Публікація наборів даних - виконання Постанови 835 на центральному рівні

Короткострокові - публікація 100% наборів у 2021 році з переліку наборів даних високої цінності (Перелік буде створено після прийняття нової редакції постанови 835 (очікується у березні))

Довгострокові - виконання Постанови 835 на 100% у 2024 році.

Теза: Постанова 835 містить близько 900 унікальних наборів даних, що мають публікувати центральні органи влади. Станом на грудень 2020, постанова виконується на 58%. Стовідсоткове виконання Постанови забезпечить максимальну прозорість та підзвітність органів влади, зведе до мінімуму корупційні ризики.

2. Використання відкритих даних - збільшити кількість користувачів національного порталу

Короткострокові - Збільшення кількості користувачів порталу та кількості скачувань наборів даних удвічі щороку.

Довгострокові - 4 млн користувачів та 2,5 млн завантажень наборів даних у 2024 році.

Теза: Відкриті дані корисні, коли ними користуються. За останній рік ми на півтори рази підвищили відвідуваність Єдиного державного вебпорталу відкритих даних <https://data.gov.ua/> У 2020 понад мільйон українців скористались порталом, завантаживши набори даних понад 500 тисяч разів.

3. Поширення знань у сфері відкритих даних (open data literacy) через навчальні програми та портал Дія Відкриті Дані

Короткострокові Навчальні програми національного центру компетенцій в сфері відкритих даних пройшло щонайменше 2000 осіб у 2021 році

Довгострокові Навчальні програми національного центру компетенцій в сфері відкритих даних пройшло щонайменше 10000 осіб у 2024 році

Короткострокові кількість користувачів Дія.Відкриті дані у 2021 році 1 млн

Довгострокові кількість користувачів Дія.Відкриті дані 3 млн у 2024 року

Теза: Підвищення рівня грамотності у сфері Відкритих даних держслужбовцями, підвищить якість публікувати дані, а громадськості - щоб використовувати дані для створення цінності

4. Підвищення якості наборів відкритих даних

Короткострокові: публікація наборів даних високої цінності відбувається відповідно до затверджених вимог (стандартів)

Довгострокові: Опубліковані на порталі відкритих даних набори даних мають не нижче 4 зірок за п'ятизірковою моделлю оцінки відкритих даних.

Теза: Набори відкритих даних публікуються відповідно до вимог розроблених та затверджених Мінцифрою

Загальні тези про відкриті дані:

Відкриті дані - це відсутність інформаційного бар'єру між державою та громадянами

Відкриті дані мають вплив на різні аспекти:

Прозорість та антикорупція Відкриті дані - це прозорість та підзвітність роботи органів влади і навпаки, монополія на інформацію може стати причиною корупції. Тому ми працюємо над тим, щоб все більше органів влади відкривали важливі для суспільства дані, а громадяни мали безоплатний і легких доступ до них (відкритість за замовчуванням).

Економічний ріст - відкриті дані є основою для створення нових сервісів та послуг, таким чином створюються інноваційні рішення чи нові ринки.

Оптимізація діяльності органів влади - Підвищення рівня комунікації між членами територіальних громад та органами влади. Збільшення рівня залучення громадян до процесів управління громадою.

Формування політики - саме завдяки відкритим даним держава може підвищити ефективність своєї діяльності, формуючи політику у різних сферах на основі даних, а не чиїхось припущень. Окрім цього, відкритість інформації щодо діяльності держ органів влади підвищує рівень довіри громадян до цих органів.

Відкриті дані не містять інформації з обмеженим доступом та не розголошують персональних даних.

Як відкриті дані впливають на громадян?

- 1) Державні органи публікують відкриті дані
- 2) На їх основі стартапи та бізнес створюють нові продукти та сервіси, журналісти роблять розслідування, громадські організації створюють аналітику та візуалізації тощо

- 3) Громадяни використовують ці рішення для вирішення власних задач, і таким чином відкриті дані можуть полегшити життя кожного українця.

Про роль Міністерства

Держава досі не повністю відкрита для громадян та виконує трохи більше чим половину обов'язків щодо публікації відкритих даних. Ми прагнемо, зробити цей показник максимальним

Єдиний державний вебпортал відкритих даних data.gov.ua - це one stop-shop для відкритих даних, які публікуються центральними та місцевими органами влади, саме тут розміщена найбільша кількість відкритих даних.

Дія Відкриті Дані - це національний центр компетенцій відкритих даних, де кожний може підвищити рівень цифрової грамотності, щоб використати дані на data.gov.ua.

Низький рівень обізнаності щодо відкритих даних серед громадян та організацій заважають використати потенціал відкритих даних на повну.

На порталі відкритих даних всі дані безкоштовні для використання будь ким - громадянами, громадськими організаціями, бізнесом, тощо

На Дія.Відкриті дані навчання можна пройти онлайн на самій платформі, так і офлайн - проводиться серія практичних тренінгів для різних аудиторій, що організовує та проводить Мінцифра з партнерами. Дія.Відкриті дані створена, щоб підвищити грамотність в сфері відкритих даних, що має в свою чергу підвищити рівень використання відкритих даних громадянами та бізнесом.

На Дія.Відкриті дані ми розказуємо про вплив відкритих даних на різні аспекти життя громадян та промотуємо сервіси, що створені на основі відкритих даних

На Дія.Цифрова Освіта є два серіали “Відкриті дані для бізнесу” та “Відкриті дані для держслужбовців”

Ми підвищили використання відкритих даних - більше ніж 1 млн українців використали національний портал відкритих даних в 2020, це півтори рази більше ніж в 2019

Міжнародні показники

Мінцифри прагне, щоб до 2024 року Україна увійшла до трійки країн-лідерів у міжнародних рейтингах у сфері відкритих даних. Завдяки нашій роботі Україна займає 17 позицію в рейтингу Європейського Союзу по відкритих даних в 2020 серед країн ЄС та країн Східного Партнерства.